



Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente  
Convocatoria 2015

Nº de proyecto: 177

**Metodologías docentes innovadoras en la enseñanza de posgrado en  
Comunicación Audiovisual y Publicidad: recursos, técnicas y prácticas  
en la enseñanza virtual y presencial**

Prof. Dr. **Francisco A. Zurian** (IP)

Facultad de Ciencias de la Información

Proyecto interdepartamental:

Comunicación Audiovisual y Publicidad 1

Fundamentos del Análisis Económico y

Filología Española III

## **1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto** (Máximo 2 folios)

En la página 7 del proyecto se enumeraban los objetivos que nos marcábamos en el diseño de nuestro proyecto, a saber:

1. Creación de una plataforma online dependiente de la web del Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación y vinculada a los másteres de Comunicación en las Organizaciones y Comunicación Audiovisual para la Era Digital, así como al programa de doctorado, tal que permita:

- a) publicación de los seminarios, ponencias y comunicados;
- b) publicación de los "guide lines" de cada clase práctica (aplicación de metodología específica para la resolución de problemas);
- c) establecimiento de un foro de discusión entre profesores, especialistas y alumnos;
- d) información sobre fuentes y recursos documentales y profesionales.

2. Preparación de charlas o entrevistas con especialistas (tipo "ted talks") para difundir entre estudiantes de máster y doctorado de la UCM a través de acceso online previa suscripción.

3. Seminarios de evaluación sobre conocimientos metodológicos y recursos didácticos para profesores de máster y directores o tutores de tesis doctorales.

4. Convocatoria de un Congreso Nacional que siga la estela del primer Congreso Nacional que organizamos en 2014 y que, en parte, está en el origen, como ya hemos indicado, de este Proyecto.

## 2. Objetivos alcanzados (Máximo 2 folios)

En el desarrollo del Proyecto hemos trabajado para cumplir los objetivos propuestos y el resultado ha sido:

1. Creación de una plataforma online dependiente de la web del Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación y vinculada a los másteres de Comunicación en las Organizaciones y Comunicación Audiovisual para la Era Digital, así como al programa de doctorado, tal que permita:

Dada la muy escasa financiación obtenida no hemos podido desarrollar una plataforma específica pero lo que hemos hecho es aprovechar las Webs institucionales para trabajar en el cumplimiento de los objetivos, esas Webs oficiales van desde la del departamento coordinador (Comunicación y Publicidad-1), la del grupo de investigación “Género, Estética y Cultura Audiovisual (GECA)”, la del Máster oficial, la del doctorado y los canales de youtube:

- Congreso Nacional de Metodologías en la Investigación en Comunicación:  
<https://www.ucm.es/cavp1/congreso>
- Departamento: <https://www.ucm.es/cavp1/vii-workshop-internacional-de-investigacion>
- Grupo de Investigación: <http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-“trabajar,-enseñar-e-investigar-en-cultura-audiovisual”-diciembre-de-2015-y-enero-de-2016>
- Máster:
  - <http://www.ucm.es/mastercomunicacion/noticias/13141>
  - <https://www.ucm.es/masterorganizaciones/actividades-extraordinarias>
- Doctorado: <http://www.ucm.es/doctorado/doctoradoencavpyrrpp/actividades-formativas>
- Vídeos:
  - <https://youtu.be/d5Q3zOilW5Y>
  - <https://www.youtube.com/user/tvgeca>
- Redes Sociales:
  - <https://www.facebook.com/GECA.UCM>
  - <https://www.linkedin.com/in/gecaucm>
  - <https://twitter.com/GECAudiovisual>

Lo que hemos conseguido con esa presencia en redes y webs es alcanzar los objetivos marcados en la propuesta, como eran:

- a) publicación de los seminarios, ponencias y comunicados;
- b) publicación de los "guide lines" de cada clase práctica (aplicación de metodología específica para la resolución de problemas);
- c) establecimiento de un foro de discusión entre profesores, especialistas y alumnos;
- d) información sobre fuentes y recursos documentales y profesionales.

2. Preparación de charlas o entrevistas con especialistas (tipo "ted talks") para difundir entre estudiantes de máster y doctorado de la UCM a través de acceso online previa suscripción.

Hemos tenido unas charlas interactivas (tipo ted talks) con gran éxito de público de posgraduados con:

- Inés París, directora y guionista de cine y televisión
- Ana Martín, directora de proyectos de la Agencia Maxus

3. Seminarios de evaluación sobre conocimientos metodológicos y recursos didácticos para profesores de máster y directores o tutores de tesis doctorales.

También hemos tenido seminarios con ([http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-“trabajar,-enseñar-e-investigar-en-cultura-audiovisual”-diciembre-de-2015-y-enero-de-2016](http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-\)):

- Paul J. Smith, Graduate Center, City University of New York
- Barbara Zecchi, University of Massachusetts Amherst
- Nancy Berthier, Université de Paris-IV-Sorbonne
- Isabel Menéndez, Universidad de Burgos

4. Convocatoria de un Congreso Nacional que siga la estela del primer Congreso Nacional que organizamos en 2014 y que, en parte, está en el origen, como ya hemos indicado, de este Proyecto.

También, junto al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad-1, del “2º Congreso Nacional de Metodologías en la Investigación en Comunicación” (<https://www.ucm.es/cavp1/congreso>) que duró 3 días: 23, 24 y 25 de noviembre de 2015.



### **3. Metodología empleada en el proyecto** (Máximo 1 folio)

Los objetivos arriba descritos se han conseguido a través del aprovechamiento del campus virtual y de la plataforma específica para difusión de los contenidos docentes y las publicaciones creativas derivadas del congreso y de otras acciones, así como de los másteres mencionados. El procedimiento para ubicar en estos soportes los materiales descritos anteriormente será la que sigue:

- 1) Desarrollo de las herramientas digitales (Webs y redes) para la consulta de los contenidos explicitados en los apartados anteriores. Todo ello deberá facilitar al alumno un autoaprendizaje complementario por medio del acceso y descarga de material a través de una herramienta que le servirá como un motor de búsqueda en una base de datos especializada en contenidos didácticos para facilitar el aprendizaje.
- 2) Almacenamiento de contenidos sobre los temas propuestos.
- 3) Clasificación y secuenciación de los materiales en la herramienta informática. Para ello se creará un sistema de clasificación, búsqueda y localización de los contenidos y actividades a través de una serie de campos que habrá que delimitar en función de las necesidades: tipo de archivo, palabra clave, tipo de contenido (teórico, prácticos, etcétera.) o actividad, breve descripción, tipo de material inserto, áreas temáticas, disciplinas implicadas, sugerencias de explotación didáctica, etc.
- 4) Preparación de actividades, a modo de "casos" y "problemas" que puedan ser alojadas en el campus virtual.
- 5) Organización del Segundo Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación como foro de encuentro de investigadores y estudiantes.
- 6) Entrevistas o encuentros con especialistas o profesionales de la comunicación para la elaboración de "Ted talks".
- 7) Planificación de los "Ted talks" para su inclusión como contenidos audiovisuales en la plataforma de difusión de contenidos docentes.
- 8) Edición, postproducción y arte final de los recursos audiovisuales y de todos los contenidos en la plataforma de difusión.
- 9) Establecer una línea de investigación en metodologías aplicadas a la Comunicación Audiovisual y Publicidad y a la investigación (y la consiguiente publicación de resultados y transferencia del conocimiento).
- 10) Facilitar el encuentro y fomentar el debate entre docentes y estudiantes para mejorar los sistemas de investigación y de docencia de la enseñanza de posgrado.

#### **4. Recursos humanos** (Máximo 1 folio)

Destacamos la alta competencia operativa del grupo, su carácter interdisciplinar (3 departamentos involucrados en el proyecto) y la incorporación de profesores jóvenes así como de dos doctorandos (se pueden ver sus CV más desarrollados en el proyecto). La trayectoria docente e investigadora del grupo cubre las áreas comprendidas en el Doctorado, el Máster de Comunicación Audiovisual para la Era Digital, el Máster de Comunicación de las Organizaciones y otras en CC. Sociales.

FRANCISCO A. ZURIAN, profesor contratado doctor (con sexenio vivo de investigación), Investigador Principal del proyecto y del grupo de investigación “Género, Estética y Cultura Audiovisual (GECA)”.

RAÚL EGUIZABAL, catedrático y actual director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1, que vertebra los programas de Doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad y los másteres de Comunicación de las Organizaciones y de Comunicación Audiovisual para la Era Digital.

MERCEDES LÓPEZ, catedrática y directora del departamento Filología Española-III.

JULIO LARRAÑAGA, profesor titular y experto en economía de la Sociedad de la Información y de las Industrias Culturales.

NORBERTO MÍNGUEZ, profesor titular y coordinador del Máster de Comunicación Audiovisual para la Era Digital.

PATRICIA NÚÑEZ, profesora titular y directora del Laboratorio de investigación juvenil “Youth Thinking”, de tendencias infantiles de marketing y consumo.

ALBERTO GARCÍA, profesor contratado doctor y experto en tecnologías de los medios audiovisuales, televisión digital y nuevas formas de organización del trabajo en los entornos virtuales.

JUAN GARCÍA, profesor contratado doctor interino y especialista en realización y postproducción audiovisual.

FRANCISCO REYES, profesor ayudante doctor, realizador y productor de spots publicitarios, programas de televisión y videoclips.

ISABEL ARQUERO, profesora ayudante doctor, especialista en sonido y radiodifusión. Sus últimas publicaciones son “De vuelta a la ficción sonora” y “Las memorias corporativas de Atresmedia y RTVE en la red: juegos malabares para la credibilidad (2015)

FRANCISCO J. GARCÍA, profesor asociado y director creativo publicitario y crítico de arte. Ha sido comisario de exposiciones fotográficas y creador de videojuegos pedagógicos para entornos museísticos. Destacan sus aportaciones para el MNACRS (Secreta Mulierum, 2013) y para el MAN (Hominidae: del Rift a Java, 2014)

HERNANDO GÓMEZ Y DAVID PÉREZ son estudiantes de doctorado.

## **5. Desarrollo de las actividades (Máximo 3 folios)**

Pese a la exigua financiación otorgada, hemos conseguido realizar el 90% de las tareas, acciones y actividades programadas en nuestro proyecto y que se resumen en:

### A. TAREAS Y ACCIONES:

1. Desarrollo de las herramientas digitales (webs y redes) para la consulta de los contenidos.

(prof. Dr. FRANCISCO ZURIAN, prof. Dr. ALBERTO GARCÍA GARCÍA y prof. Dr. JULIO LARRAÑAGA)

2. Almacenamiento de contenidos sobre los temas propuestos. Selección de lecturas en torno a las bases científicas del conocimiento con ficha de referencia.

(prof. Dr. FRANCISCO ZURIAN y prof. Dr. NORBERTO MÍNGUEZ ARRANZ)

3. Clasificación y secuenciación de los materiales en las herramientas digitales (webs y redes).

(prof. Dr. FRANCISCO ZURIAN y prof. Dr. NORBERTO MÍNGUEZ ARRANZ)

4. Preparación de actividades, a modo de "casos" y "problemas" que puedan ser alojadas en el campus virtual.

(prof. Dr. FRANCISCO ZURIAN, profa. Dra. PATRICIA NÚÑEZ GÓMEZ y prof. FRANCISCO JOSÉ GARCÍA RAMOS)

5. Organización del Segundo Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación

(prof. Dr. RAÚL EGUIZÁBAL MAZA y profa. Dra. ISABEL ARQUERO BLANCO)

6. Entrevistas o encuentros con especialistas o profesionales de la comunicación para la elaboración de "ted talks".

(prof. Dr. FRANCISCO ZURIAN, profa. Dra. MERCEDES LÓPEZ SUÁREZ y prof. Dr. RAÚL EGUIZÁBAL MAZA)

7. Planificación audiovisual de los "ted talks"

(prof. Dr. JUAN GARCÍA CREGO y prof. Dr. FRANCISCO REYES SÁNCHEZ)

8. Edición, postproducción de los "ted talks" y arte final de los contenidos en plataforma de difusión

(prof. Dr. JUAN GARCÍA CREGO y prof. Dr. FRANCISCO REYES SÁNCHEZ)

#### B. ACTIVIDADES:

- Segundo **Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación**. 23, 24 y 25 de noviembre de 2015:  
<http://www.ucm.es/cavp1/programa>
- **VII Workshop Internacional de Investigación: “Trabajar, enseñar e investigar en Cultura Audiovisual”**: <http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-“trabajar,-enseñar-e-investigar-en-cultura-audiovisual”-diciembre-de-2015-y-enero-de-2016>
- *Master Class* “De la formación al ejercicio profesional”: 16 diciembre 2015:  
<https://youtu.be/d5Q3zOilW5Y>
  - **Ana Martín García**, publicitaria, directora de proyectos de la Agencia Maxus.
  - **Inés París**, directora de cine y guionista (cine y televisión).
- *Seminarios*: <http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-“trabajar,-enseñar-e-investigar-en-cultura-audiovisual”-diciembre-de-2015-y-enero-de-2016>
  - **Paul Smith**, City University of New York: 12 de enero de 2016.
  - **Barbara Zecchi**, University of Massachusetts Amherst: 13 de enero de 2016.
  - **Nancy Berthier**, Université de Paris-IV-Sorbonne: 19 de enero de 2016.
  - **Isabel Menéndez**, Universidad de Burgos: 20 de enero de 2016.

## 6. Anexos

- PROGRAMA DEL “Segundo Congreso Nacional de Metodologías en Investigación de la Comunicación”. 23, 24 y 25 de noviembre de 2015:

<http://www.ucm.es/cavp1/programa>

LUNES 23	MARTES 24	MIÉRCOLES 25	COMITÉ CIENTÍFICO
<p>“UNA FOTOGRAFÍA ANÓNIMA” (Colabora la Biblioteca Nacional de España)</p> <p>10:30 - 11:00 INAUGURACIÓN Vicerrector de Investigación, Decana, Director de CAVP1</p> <p>11:00-11:45 CONFERENCIA Mónica Carabias (Universidad Complutense de Madrid)</p> <p>11:45- 12:30 CONFERENCIA. “Entre las prácticas y la materiali- dad: el estudio de las fotografías personales” María Rosón (Investigadora en el MNCARS, Ser- vicio de Conservación de Fotogra- fía”.</p> <p><b>12:30-13:00 DESCANSO.</b></p> <p>13:00-14:00 MESA REDONDA “La fotografía anónima, familiar y la metodología en fotografía” Modera: Luis Deltell Isabel Ortega (Biblioteca Nacional), Eduardo Rodríguez Merchán, Coral Hernández y María Rosón.</p> <p><b>16:30-17:30 PANEL DE COMUNICACIONES.</b></p>	<p>“LA BOTELLA DE COCA-COLA” (Colabora Coca-Cola)</p> <p>10:30 - 11:30 CONFERENCIA “Llena incluso vacía” Raúl Eguizábal/Jesús González Requena (UCM)ç</p> <p>11:30-12:30 CONFERENCIA “100 años de la botella contour”. Alejandro Fuente Aguirre (Senior Brand Manager Coca-Cola Trade Mark)</p> <p><b>12:30-13:00 DESCANSO</b></p> <p>13:00-14:00 MESA REDONDA “Mensaje en una botella” Modera: Isabel Arquero Raúl Eguizábal ; Jesús González Requena, Alejandro Fuente Aguirre, Fernando Montañés</p> <p><b>16:30-17:30 PANEL DE COMUNICACIONES</b></p>	<p>10:00-10:45 VISITA AL MUSEO DEL TRAJE Recepción Bibliote- ca del Museo</p> <p>10:45-11:45 CONFERENCIA “Paco Rabanne y la modularidad en la moda-Accidental cutting” EVA ISZORO (Diseñadora)</p> <p>11:45-12:45 CONFERENCIA “Moda y comunicación: la cuali- dad polisémica del vestido negro” LOURDES CERRILLO (Universidad de Valladolid)</p> <p><b>12:45 - 13:00 DESCANSO</b></p> <p>13:00-14:00 MESA REDONDA “Vestida para no morir” Modera: Paloma Díaz de Soloaga. Fran- cisco Gª Ramos (UCM), Eva Iszoro, Juan Gutiérrez (Dpto. co- lecciones. Museo del Traje), <b>Lourdes Cerrillo</b></p> <p><b>14:00 CLAUSURA DEL CONGRESO</b></p>	<p><b>COMITÉ CIENTÍFICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abril Curto. Catedrático. UCM</li><li>• Lourdes Cerrillo Rubio. Profesora Titular. UVA</li><li>• Raúl Eguizábal Maza. Catedrático. UCM</li><li>• Rosa Franquet Calvet. Catedrática. UAB</li><li>• Jesús González Requena. Catedrático. UCM</li><li>• Margarita Ledo Andión. Catedrática. USC</li><li>• Javier Marzal Felici. Catedrático. UJ1</li><li>• José Luis Piñuel Raigada. Catedrático. UCM</li><li>• Pedro Santana Martínez. Profesor Titular. UR</li><li>• Iolanda Tortajada Giménez. Profesora Titular. URV</li><li>• Santos Zurzunegui Diez. Catedrático. UPV</li><li>• Francisco A. Zurian Hernández. Profesor Contratado Doctor. UCM</li><li>• Isabel Arquero. Profesora. UCM</li><li>• Eduardo Rodríguez Merchán. Catedrático. UCM</li><li>• Emilio C. García Fernández. Catedrático. UCM</li></ul> <p><b>COMITÉ ORGANIZADOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Raúl Eguizábal Maza Catedrático. UCM</li><li>• Pedro Vidal. Profesor. UCM</li><li>• Isabel Arquero. Profesora. UCM</li><li>• Luis Deltell Escolar. Profesor Contratado Doctor. UCM</li><li>• Francisco A. Zurian Hernández. Profesor Contratado Doctor. UCM.</li><li>• Celia Vega. Becaria FPU. UCM</li><li>• Marta García Sahagún. Colaboradora CAVP 1. UCM</li></ul>

Uno de los problemas básicos de los estudios culturales es el referido a los métodos de investigación no sólo en lo que respecta a su precisión, también en lo que se refiere a su versatilidad, es decir a su capacidad para tratar con igual eficacia diversos objetos o manifestaciones culturales. Resulta difícil comparar la disposición de los diversos métodos si cada uno de ellos es obligado a trabajar sobre diferentes objetos de estudio. Es por ello que para esta segunda edición del CONGRESO DE METODOLOGÍAS proponemos un pequeño repertorio de objetos sobre el que nuestros investigadores deben investigar. El único nexo que vincula los tres objetos de este muestrario es que pertenecen al siglo XX, son, en cierta forma, al tiempo productos contemporáneos e históricos de una misma cultura. Lo suficientemente antiguos para que el tiempo, en un siglo de un vertiginoso acontecer, haya dejado en ellos su impronta, sin dejar de ser representativos de nuestra contemporaneidad: una fotografía comercial, un traje de alta costura y el envase de un conocido refresco. Tal y como parece inevitable en nuestro tiempo, se trata de objetos que cumplen una funcionalidad pero que tienen, no obstante, un valor documental, cultural y posiblemente también estético.



## 2º CONGRESO NACIONAL DE METODOLOGÍAS EN INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

23 al 25 de noviembre de 2015

Sala de Conferencias (edificio nuevo)

Organizado por CAVP<sup>1</sup>

con la colaboración de



Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense de Madrid

PIE 177. Metodologías docentes innovadoras en la enseñanza de posgrado en Comunicación Audiovisual y Publicidad.

- **PROGRAMA DEL VII Workshop Internacional de Investigación: “Trabajar, enseñar e investigar en Cultura Audiovisual”:** <http://www.ucm.es/geca/vii-workshop-internacional-de-investigacion-“trabajar,-ensenar-e-investigar-en-cultura-audiovisual”-diciembre-de-2015-y-enero-de-2016>



Grupo de Investigación  
**GÉNERO, ESTÉTICA Y CULTURA AUDIOVISUAL (GECA)**  
&

Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente (nº 177)  
Metodologías docentes innovadoras en la enseñanza de posgrado  
en Comunicación Audiovisual y Publicidad: recursos, técnicas y  
prácticas en la enseñanza virtual y presencial

Universidad Complutense de Madrid

**VII Workshop Internacional de Investigación**  
**“Trabajar, enseñar e investigar en Cultura Audiovisual”**

diciembre de 2015 y enero de 2016

Facultad de Ciencias de la Información  
**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**PROGRAMA**

**PARTE 1: EL DESARROLLO DEL EJERCICIO PROFESIONAL EN  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD**

**16 de diciembre de 2015, Sala de Conferencias (edificio nuevo)**

- 18:30 Bienvenida y presentación:  
**Francisco A. Zurian**, IP de GECA y del Proyecto de Innovación, Universidad Complutense de Madrid  
**Raúl Eguizábal**, Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad-1, Universidad Complutense de Madrid  
**Mercedes López Suárez**, Directora del Departamento de Filología III, Universidad Complutense de Madrid
- 18:45 Especial *Master Class* “De la formación al ejercicio profesional”:  
• **Ana Martín García**, publicitaria  
• **Inés París**, directora de cine y guionista (cine y televisión)





## PARTE 2: EL DESARROLLO PROFESIONAL Y ACADÉMICO EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Coloquios sobre investigación y la carrera académica, Sala Naranja (2º piso)

**12 de enero de 2016**

18:30 **Paul Smith**, City University of New York

**13 de enero de 2016**

18:30 **Barbara Zecchi**, University of Massachusetts Amherst

**19 de enero de 2016**

18:30 **Nancy Berthier**, Université de Paris-IV-Sorbonne

**20 de enero de 2016**

18:30 **Isabel Menéndez**, Universidad de Burgos

**El VII Workshop se ha organizado por:**



Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente  
(nº 177) "Metodologías docentes innovadoras en la enseñanza de  
posgrado en Comunicación Audiovisual y Publicidad: recursos,  
técnicas y prácticas en la enseñanza virtual y presencial"

**Vicerrectorado de Calidad**  
**Universidad Complutense de Madrid**

Grupo de Investigación "Género, Estética y Cultura Audiovisual"

**y la colaboración de:**



Universidad Complutense de Madrid



Facultad de Ciencias de la Información



Departamento Comunicación Audiovisual y Publicidad-1